



Artikel | [Dossier: Nieuws- en informatiegeletterdheid \(/dossiers/dossier-nieuws-en-informatiegeletterdheid\)](/dossiers/dossier-nieuws-en-informatiegeletterdheid)

## Bronnen in het nieuws: een onemanshow?



Auteur(s):

**Sarah Van Leuven** - [UGent - Vakgroep Communicatiewetenschappen, Center for Journalism Studie \(/organisaties/center-for-journalism-studies\)](#)

Hoe komt het dat we vaak dezelfde kleine groep elitebronnen in het nieuws aan bod zien komen - zoals politici, experts, grote bedrijven en overheden - terwijl het merendeel van de bevolking veel minder of zelfs helemaal geen stem krijgt in het nieuws? Journalisten trachten weliswaar het nieuws zo evenwichtig mogelijk te brengen en zoveel mogelijk stemmen aan bod te laten komen. Maar onvermijdelijk zijn ze onderhevig aan een aantal wetmatigheden die een impact hebben op de bronnen die ze uiteindelijk kiezen.

## Het adresboekje van de journalist

Bronnen nemen een centrale plaats in bij het productieproces van nieuws, en hebben daardoor een belangrijke impact op de inhoud van het nieuws. Journalisten zijn immers zelden zelf ooggetuigen van nieuwswaardige gebeurtenissen. En denk ook aan de vele deadlines waar journalisten dagelijks mee geconfronteerd worden. Daardoor is het zeer welkom dat er bronnen ter beschikking zijn die helpen om alle informatie op een rijtje te zetten binnen de **beperkte tijd** die er is. Dat is meteen ook een eerste reden waarom we **vaak dezelfde bronnen** zien terugkeren in het nieuws, wat typisch tot uiting komt in het gekende adresboekje van journalisten. Hierin verzamelen ze de namen en contactgegevens van bronnen die hen in het **verleden reeds betrouwbare informatie bezorgd hebben**. Journalisten kunnen hen op zeer korte termijn contacteren en kunnen er van


  
 (?  
[inlin](#)  
[e=tr](#)  
[ue#](#)  
[bloc](#)  
[k-](#)  
[van](#)  
[els-](#)  
[mini](#)  
[\\_](#)  
[med](#)  
[iawij](#)  
[s-](#)  
[logi](#)

uitgaan dat informatie van deze bronnen niet elke keer tot op het bot gecontroleerd dient te worden, iets wat ze bij nieuwe bronnen doorgaans wel veel grondiger doen (of dat is toch de bedoeling).

## Macht als factor in het nieuws

Een andere reden waarom we vaak dezelfde bronnen zien terugkeren in het nieuws, heeft te maken met de **machtspositie** die personen en organisaties innemen in de maatschappij. Bronnen in machtsposities bepalen de gang van zaken in onze samenleving en zijn daarom zeer nieuwswaardig voor journalisten. Denk maar aan ministers die het beleid van de regering uitstippelen (politieke macht), of aan grote bedrijven die een impact hebben op de financiële markten (economische macht). Macht is ook te linken aan **autoriteit** (sociale macht), waardoor bijvoorbeeld ook wetenschappers en andere experts zeer populaire bronnen zijn omwille van hun gespecialiseerde kennis over een specifiek domein.

## De mediagenieke bron

Maar ook binnen de kleine groep **elitebronnen** zijn er nog veel verschillen. Zo zie je vaak dezelfde wetenschappers in het nieuws opduiken. Peter Adriaenssens is bijvoorbeeld nochtans heus niet de enige kinder- en jeugdpsychiater in Vlaanderen. De reden dat hij zoveel in alle media opduikt als dit onderwerp wordt aangeraakt, is omdat hij in het adresboekje van journalisten staat. En daarin staat hij binnen zijn domein met stip op één precies omdat hij zeer mediageniek is en vlot overkomt, wat zeker niet elke wetenschapper gegeven is. Hetzelfde geldt voor zogenoemde **vox pops** – of meningen van toevallige voorbijgangers - die je vaak in het nieuws ziet opduiken. Deze zijn zeker geen dwarsdoorsnede van de populatie, maar zijn vooral geselecteerd omdat ze erin slagen hun mening over het onderwerp in kwestie gevat en vlot uit te drukken.

## VIP-toegang versus de achterdeur

De keerzijde van de medaille is dat er ook heel veel bronnen en dus informatie en meningen zijn die vaak niet gehoord worden in het nieuws en bijgevolg in het maatschappelijk debat. Deze bronnen hebben geen VIP toegang tot het nieuws en worden niet automatisch gecontacteerd door journalisten als het over onderwerpen gaat die hen aanbelangt. En dus moeten zij **andere strategieën** toepassen om via de achterdeur de aandacht van journalisten te trekken en zo het nieuws te halen. Een veelbeproefd recept zijn dan **betogingen** of andere **opvallende acties**. Maar het gevaar daarbij is dat de aandacht van de boodschap verschuift naar de verpakking. Denk bijvoorbeeld aan Femen, waar het minder gaat over hun feministische boodschap maar vooral beelden getoond worden van naakte dames die zich aan een hek vastgeketend hebben, of aan vreedzame betogingen van de vakbonden waarbij veel aandacht gaat naar de paar herrieschoppers die vernielingen gepleegd hebben.

Dus de volgende keer dat je naar het nieuws kijkt of luistert, stel je dan eens de vraag, waarom de bronnen in kwestie gekozen zouden kunnen zijn. Ga ook eens na welke boodschap ze te vertellen hebben, en welke andere standpunten of visies en de bijhorende bronnen misschien niet aan bod gekomen zijn. Want het nieuws is geen onemanshow.

## Bekijk ook



Onderzoeksresultaat

**[rePresent: jongeren met een... \(/onderzoeken/represent-jongeren-migratieachtergrond-journalisten-en-beeldvorming\)](#)**

[\(/onderzoeken/r](#)



Onderzoeksresultaat

[Hoe veilig vinden Belgen het internet? \(/onderzoeken/hoe-veilig-vinden-belgen-internet\)](#)

[\(/onderzoeken/h](#)



Tool

[Iedereen Journalist \(/tools/iedereen-journalist\)](#)

[\(/tools/iedereen-journalist\)](#)



Tool

[rePresent: 8 concrete tips voor journalisten \(/tools/represent-8-concrete-tips-journalisten\)](#)

[\(/tools/represent](#)

[-8-concrete-tips-](#)

[journalisten\)](#)